



**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK SUSU MEREK MOERIA DI KOTA  
KUDUS**

Oleh :

**WIDYA ARLITA ANGGRAENI**

**2011-11-259**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**TAHUN 2016**



**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK SUSU MEREK MOERIA DI KOTA  
KUDUS**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat  
Untuk menyelesaikan jenjang pendidikan  
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Muria Kudus

Oleh :

**WIDYA ARLITA ANGGRAENI**

**2011-11-259**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2016**

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK SUSU MEREK MOERIA DI KOTA KUDUS**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

**Kudus .....**

**Kudus,**

**2016**

Mengetahui,

Ketua ProgDi

Pembimbing I

(Noor Azis, SE., MM)

NIDN. 0609107501

(Drs. H. Taufik, MS., MM)

NIP.19500411 198003 1 001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muria Kudus

Pembimbing II

Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM

NIDN. 0618066201

(Dian Wismar'ain, SE., MM)

NIDN. 0612127702

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### Motto:

“Is not easy to get all what I want, succes needs a process. Eat failure, and I will know the taste of success” – widya

“ Think Positive, Pray, Love ” – widya

### Persembahan:

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua, yang selalu memberikan kasih sayang, do'a dan dukungan agar penulis mampu meraih kesuksesan dan menjadi kebanggaan kalian.
2. Dosen-dosen Progdi Manajemen FE UMK, yang telah memberikan semua ilmu mereka dengan tulus.
3. Teman-teman Teater COIN dan HMJ Manajemen, terimakasih telah memberikan pengalaman dan menyalurkan kemampuan dibidang non akademik.
4. Teman-teman Progdi Manajemen FE UMK 2011 khususnya: Setian, Anisa, Findi, Zhona, Fadli, dan yang tidak bisa disebutkan semua. Terimakasih telah berjuang bersama untuk meraih kesuksesan!

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas segala berkat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Merek Moeria Di Kota Kudus”**. Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini tidak pernah lepas dari bimbingan, arahan, bantuan dan motivasi dari berbagai pihak baik langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.
2. Bapak Noor Aziz, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.
3. Bapak Drs. H. Taufik,. MS, MM selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah dengan sabar meluangkan waktu untuk memberikan bimbingannya, arahan dan bantuan selama penulisan skripsi ini.
4. Ibu Dian Wismar'ain, SE., MM., selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memeberikan arahan, bimbingan dan koreksi selama penulisan skripsi ini.
5. Mutiara yang paling kemilau, ibu saya, Sri Puji Slamet dan budhe saya Suminten, yang tak hentinya mendoakan saya dengan setulus hati dan dengan kasih sayangnya terhadap saya, yang tanpa disadari oleh mereka, telah banyak memberikan pelajaran hidup.
6. Kakak saya Mas Eko dan Mas Farid yang senantiasa memberikan motivasi masukan, dan dukungan yang telah diberikan terhadap saya.
7. Saudara Mohammad Setian, yang tak henti-hentinya memberikan semangat, support, doa, waktu, tenaga, pikiran, dan perhatian kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih ya aa
8. Kawan-kawan seperjuangan saya Manajemen C 2011, Cis Kewer Kewer (CKK) untuk : Anisa, Hesti, Mia, Onarti, Rufi, Esta, Zein, Eka, Alfin,



Roni, Hadi, Suryo, Eram, Furqon, Fadli, Bima. Terimakasih dan tetaplah kita menjadi keluarga yang kekal kelak.

9. Kawan-kawan Teater COIN dan HMJ Manajemen terimakasih telah berbagi ilmu, pengalaman, kekeluargaan yang sangat hangat sekali, dan telah menjadi wadah dalam saya belajar untuk berorganisasi.
10. Teman-teman angkatan 2011 di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus atas dukungan dan semangatnya..
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Maka dari itu saran dan kritik yang bersifat membangun sangat diharapkan demi sempurnanya skripsi ini. Harapan penulis semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan penyusunan tugas akhir ini.

Kudus, 2016

WIDYA ARLITA A  
201111259

# **PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUSU MEREK MOERIA DI KOTA KUDUS**

WIDYA ARLITA ANGGRAENI

2011-11-259

Pembimbing 1: Drs. H. Taufik, MS, MM.  
2. Dian Wismar'ain, SE., MM.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**  
**FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**2015**

## **ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel Ekuitas Merek yang terdiri dari : Kesadaran Merek ( $X_1$ ), Asosiasi Merek ( $X_2$ ), Persepsi Kualitas ( $X_3$ ), Loyalitas Merek ( $X_4$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) Produk Susu Moeria di Kota Kudus. Dalam penelitian ini data dikumpulkan melalui metode kuesioner terhadap 96 responden konsumen susu Moeria di Kudus untuk mengetahui tanggapan responden terhadap masing-masing variabel. Kemudian dilakukan analisis terhadap data-data yang diperoleh berupa analisis kuantitatif meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji hipotesis lewat uji t dan uji F serta uji koefisien determinasi *R square*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda berfungsi membuktikan hipotesis penelitian.

Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial keempat variabel Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, Loyalitas Merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa keempat variabel independen yang diteliti terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen keputusan pembelian. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa variabel Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, Loyalitas Merek berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama dalam Keputusan Pembelian. Angka *Adjusted R square* sebesar 0,787 menunjukkan bahwa 78,7 persen variasi keputusan pembelian bisa dijelaskan oleh keempat variabel independen yang digunakan dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya sebesar 21,3 persen dijelaskan oleh variabel lain diluar keempat variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Kata kunci : Ekuitas Merek, Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, Loyalitas Merek, Keputusan Pembelian

# **THE EFFECT OF BRAND EQUITY ON PURCHASING DECISION MILK PRODUCTS MOERIA BRAND IN THE KUDUS CITY**

WIDYA ARLITA ANGGRAENI

2011-11-259

Pembimbing 1: Drs. H. Taufik, MS, MM.  
2. Dian Wismar'ain, SE., MM.

**MURIA KUDUS UNIVERSITY**  
**ECONOMIC FACULTY, MANAGEMENT DEPARTEMENT**  
**2015**

## **ABSTRACT**

The purpose of this study to analyze the effect of each-each variables of Brand Equity (Brand Equity) consisting of brand awareness (brand awareness), Perception of Quality (Perceived Quality), the Association of Trademark (Brand Association), and Brand Loyalty (Brand Loyalty) On Purchasing Decision Milk Products Moeria Brand In the Kudus City. In this study, data were collected by questionnaires to 96 respondent Moeria milk consumer in Kudus to knowing the response for each variable. Then, data method that used in this research quantitatives analys include validity and reliability test, hypothesis testing via t tes adn F test and the coefficients of Determination ( $R^2$ ). Data analysis techniques used were linear regression analysis that serves to prove the research hypothesis.

Result of these research showed that on partial test found that four variables of brand equity, brand awareness, perception of quality, brand association, and brand loyalty has a positive and significant influence on purchasing decision. Hypothesis testing via t test showed that four independent variables has a positive and significantly affect purchasing decision as a dependent variables. Then through the F test showed that four variable of Brand Equity, brand awareness, perception of quality, brand association, and brand loyalty has a positive and significant multiple in Purchasing Decision. Analysis Adjusted coefficient of determination  $R^2$  values obtained at 0.787 indicates that 78,7 percent of the variation Purchasing Decision which means that the dependent variable is the purchase decision can be explained using independent variables. And the rest 21,3 % influenced by other variables not included in this study.

Keywords : Brand Equity, brand awareness, Brand Association, Perceived Quality, Brand Loyalty, Purchasing Decision.



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
RINGKASAN / ABSTRAKSI.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup .....	5
1.3 Rumusan Masalah .....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Konsep Merek .....	9
2.2 Ekuitas Merek .....	12
2.3 Elemen-elemen Ekuitas Merek .....	14
2.4 Keputusan Pembelian.....	32

2.5 Penelitian Terdahulu .....	36
2.6 Kerangka Pikir Teoritis .....	38
2.7 Hipotesis.....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>40</b>
3.1 Rancangan Penelitian .....	40
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	40
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	44
3.4 Populasi dan Sampel .....	45
3.5 Pengumpulan Data .....	47
3.6 Analisis Data .....	51
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>57</b>
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	57
4.2 Penyajian Data .....	58
4.3 Analisis Data .....	76
4.4 Pembahasan.....	84
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>91</b>
5.1 Kesimpulan .....	91
5.2 Saran.....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>94</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Penelitian Terdahulu .....	36
4.1 Hasil Uji Validitas Kuesioner Kesadaran Merek .....	59
4.2 Hasil Uji Validitas Kuesioner Asosiasi Merek .....	60
4.3 Hasil Uji Validitas Kuesioner Persepsi Kualitas.....	60
4.4 Hasil Uji Validitas Kuesioner Loyalitas Merek .....	61
4.5 Hasil Uji Validitas Kuesioner Keputusan Pembelian .....	61
4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian .....	63
4.7 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	64
4.8 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia .....	64
4.9 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	65
4.10 Tanggapan Responden Mengenai Kesadaran Merek .....	67
4.11 Tanggapan Responden Mengenai Asosiasi Merek .....	69
4.12 Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Kualitas.....	71
4.13 Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Merek .....	72
4.14 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian .....	74
4.15 Hasil Analisis Regresi .....	76
4.16 Hasil Analisis Uji t .....	81

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Konsep Ekuitas Merek .....	14
2.2 Kerangka Pikir Teoritis .....	38
4.1 Kerangka Hasil.....	90

